

ABSTRAK

Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi.

Hanny Putri Permata Sari 1) Dr. (Cand.) Mohamad Trio Febriyantoro, S.E., M.M.

2)

1) Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

2) Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Word of Mouth*, keputusan pembelian, Citra Merek dalam pembelian smartphone Iphone. Beberapa penelitian terdapat kesenjangan pada hubungan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian melalui citra merek. Dalam proses penelitian, metode penelitian kuantitatif merupakan metode yang digunakan dengan objek penelitian masyarakat yang melakukan keputusan pembelian pada smartphone Iphone . Dalam penelitian ini populasi tidak diketahui jumlah pastinya (*Unknown Population*) yang berlokasi di Jabodetabek dan peneliti menggunakan purposive sampling sebagai metode pengambilan sampel dengan jumlah sebesar 113 sampel. Data tersebut dikumpulkan melalui kuesioner dan teknik analisis data pada penelitian ini merupakan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan software SmartPLS versi 4.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *word of mouth* terhadap keputusan pembelian melalui citra merek sebagai variabel mediasi berpengaruh secara signifikan dan positif.

Kata Kunci: *Word of Mouth*, Keputusan Pembelian, Citra Merek.